

PRO LUOMU 

# Toimintakertomus

1.1.2020 - 31.12.2020

## Sisällys

|                                                                        |           |
|------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Tiivistelmä: Luomun hyvä kasvu jatkui myös poikkeusvuonna .....</b> | <b>2</b>  |
| <b>Toiminnan tarkoitus ja strategia.....</b>                           | <b>3</b>  |
| Tarkoitus.....                                                         | 3         |
| Strategia.....                                                         | 4         |
| <b>Tavoitteiden toteutuminen .....</b>                                 | <b>4</b>  |
| <b>Toimenpiteet.....</b>                                               | <b>5</b>  |
| Arvoketjutyö ja muut ryhmät .....                                      | 5         |
| Tapahtumat .....                                                       | 6         |
| Kampanjat.....                                                         | 7         |
| Tutkimukset ja selvitykset .....                                       | 8         |
| Viestintä.....                                                         | 8         |
| Pro Luomu ry:n muu toiminta .....                                      | 12        |
| <b>Hallinto .....</b>                                                  | <b>13</b> |
| <b>Talous .....</b>                                                    | <b>13</b> |

## TIIVISTELMÄ: LUOMUN HYVÄ KASVU JATKUI MYÖS POIKKEUSVUONNA

Luomun myynti jatkoi vuonna 2020 vahvaa kasvuaan edellisvuosien tahtiin ja kokonaismyynti oli ensimmäistä kertaa yli 400 miljoonaa euroa.

Luomutuotteita myytiin päivittäistavarakaupassa yhteensä 409 miljoonalla eurolla vuonna 2020. Luomun markkinaosuus elintarvikemyynnin arvosta oli edelleen 2,6 prosenttia, mutta muutamissa tuoteryhmissä luomun osuus ylittää jo 20 prosenttia (lastenruuat 24 %, ja kananmunat 21 %). Vuosi oli koronapandemian takia vaikea ravintoloille ja koulusulkujen aikaan myös julkisille ruokapalveluille. Vuodelta 2020 ei ole tuoreita tietoja luomun käytöstä ammattikeittiöissä, mutta vuonna 2019 noin 46 prosenttia ammattikeittiöistä kertoi käyttävänsä luomutuotteita vähintään kerran viikossa. Luomun vienti veti kuitenkin myös koronavuonna, ja Pro Luomun tekemän selvityksen mukaan luomuviennin arvo vuonna 2020 oli noin 60 miljoonaa euroa. Vienti oli kaksinkertaistunut vuoden 2018 arvioon verrattuna. Syyskuussa tehdyssä kuluttajakyselyssä EU:n luomumerkki eli lehtimerkki oli ensimmäistä kertaa Suomen tunnetuin luomumerkki.

Vuosi 2020 tuotti hyvä luomusadon. Luomuviljojen sato oli 9 prosenttia suurempi kuin vuonna 2019, joka myös oli hyvä satovuosi. Yli puolet luomuviljasadosta oli kauraa ja luomukauran osuus koko maan kauratuotannosta oli 7 prosenttia. Luomurukiin osuus koko maan rukiin tuotannosta oli 14 prosenttia. Myös luomuherneen ja luomuhärkäpavun luomusadot kasvoivat edellisestä vuodesta neljänneksen.

Luomumaidon tuotanto ja luomunaudanlihan tuotanto kasvoivat, kun taas luomusianlihantuotanto ja luomukananmunien tuotanto hieman laskivat.

Luomutuotannon tavanomaista parempi kannattavuus on saanut monet viljelijät harkitsemaan siirtymistä tai jo siirtymään luomuun. Vuonna 2020 tehtiin uusia luomusitoumuksia vuoden tauon jälkeen, ja luomuun siirtyi 310 uutta tilaa, joista oli kotieläintiloja ennätysmäärä, yli sata tilaa. Luomuala lisääntyi viisi prosenttia ja kasvoi 321 969 hehtaariin. Luomun osuus Suomen peltoalasta on 14,1 prosenttia.

Luomusta kuitenkin myös poistui tiloja ja luomutilojen kokonaismäärä väheni prosentin. Vuonna 2020 Suomessa oli 5010 luomutilaa, noin 11 prosenttia maatilojen lukumäärästä. Tilojen väheneminen johtui osin luomun tukiehdoista. Kotieläintilat ovat voineet siirtää luomuun ensin vain peltotuotannon, mutta viisivuotisen sitoumuskauden päättyessä nämä tilat ovat joutuneet joko siirtämään kotieläimet luomuun, lisäämään viljojen ja muiden myytävien kasvien viljelyä tai luopumaan luomusta. Ruokaviraston arvion mukaan noin puolet uusista kotieläintiloista on niitä, jotka ovat siirtäneet eläimet luomuun sitoumuksen vaatimuksen vuoksi. Sitoumuksen vaatimuksen takia kotieläintiloja on todennäköisesti myös poistunut luomusta vuonna 2020.

Vuotta 2020 väritti vahvasti maailmanlaajuinen koronakriisi, joka vaikutti myös merkittävästi luomutoimijoihin ja Pro Luomun toimintaan. Yksi poikkeustilan tuomista haasteista luomutiloille oli löytää tarpeeksi apukäsiä ulkomaista työvoimaa koskevien rajoitusten vuoksi. Osalle yrityksille, joille ammattikeittiöt ovat tärkeä myyntikanava, kriisi oli myös vaikea.

Myös uuden luomuasetuksen voimaantulo suunnitellussa aikataulussa osoittautui mahdottomaksi, sillä koronakriisi lykkäsi asetukseen liittyvän toimeenpanolainsäädännön valmistumista. Asetuksen olisi pitänyt tulla voimaan vuoden 2021 alusta, mutta Euroopan Komissio päätti lykätä voimaantuloa ja myös lähes kaikkia muita asetuksen siirtymäaikojen päivämääriä vuodella eteenpäin.

Osana Euroopan vihreän kehityksen ohjelmaa Euroopan komissio hyväksyi toukokuussa 2020 uudet strategiat luonnon monimuotoisuuden suojelemiseksi ja kestäväen ruokajärjestelmän kehittämiseksi. Pelloilta pöytään -strategia asettaa tavoitteeksi, että vuonna 2030 neljännes EU:n alueen peltoalasta on luomutuotannossa ja myös Biodiversiteettistrategiassa luomutuotannon edistämällä on merkittävä rooli.

Pro Luomu aloitti historiallisesti suuren luomukampanjan osana EU-osarahoitteista menekinedistämishanketta. Kampanja alkoi lokakuussa TV ja Online-mainonnalla, mutta koronapandemian tähden kampanjaan suunniteltu maistatuskiertue jouduttiin kuitenkin siirtämään eteenpäin. Pro Luomu vuoden toiminnasta merkittävä osa oli hankkeeseen liittyvää työtä. Kampanjan kumppaneina on 18 Pro Luomun jäsenorganisaatiota, jotka ovat olleet tiiviisti mukana kampanjan suunnittelussa ja toteutuksessa.

Vuonna 2020 Pro Luomu joutui ottamaan ison digiloikan, kun toiminnot siirtyivät pitkälti verkkoon. Erilaisten digitaalisten työkalujen avulla verkossa järjestettiin kolmen arvoketjuryhmän kokoukset, Luomufoorumi ja Suomen luonnon päivä, luomualan kehittäjien online-työpajat sekä tuotettiin Kaakkois-Suomen luomun toimintasuunnitelma sekä Pro Luomulle uusi strategia. Lisäksi yhdistyksen hallituksen kokoukset ja vuosikokoukset järjestettiin verkossa.

Suurin osa suunnitelluista tapahtumista onnistuttiin järjestämään etätilaisuuksina, mutta Luomuelintarvikepäivän ja sen yhteydessä järjestettävä European Organic Food Innovation Award -kilpailu jouduttiin perumaan. Lisäksi SuomiAreena ja Ateria -tapahtumat peruttiin kokonaan, joten Pro Luomu ei voi voinut osallistua niihin.

Loppuvuonna Pro Luomuun valittiin uusi toiminnanjohtaja MMM Aura Lamminparras jatkamaan keväällä 2021 eläkkeelle siirtyvän Marja-Riitta Kottilan työtä. Syyskokous valitsi hallituksen uudeksi puheenjohtajaksi Harri Hovin Keskosta. Alusta lähtien puheenjohtajana toiminut Ilkka Alarotu ei enää asettunut ehdolle uudelle kaudelle.

Pro Luomu toteutti kaikkiaan kolmea julkisrahoitteista hanketta. Yhdistyksen jäsenmäärä lisääntyi yhdellä jäsenellä ja jäsenmaksuja kertyi 192 500 euroa.

## TOIMINNAN TARKOITUS JA STRATEGIA

### Tarkoitus

Pro Luomu ry kokoaa luomualan toimijat, yritykset ja muut yhteisöt yhteistyöhön luomualan edistämiseksi. Yhdistyksen tarkoituksena on edistää luomualan tavoitteellista kehitystä ja kasvua Suomessa edesauttamalla luomutuotteiden kysynnän ja tarjonnan kohtaamista sekä tunnistamalla ja ratkomalla ketjun keskeisiä ongelmia.

## Strategia

**Missio:** Luomu yhdistää ympäristön kannalta parhaat tuotantotavat, korkeat vaatimukset eläinten hyvinvoinnille sekä kuluttajien toiveet korkealaatuisista ja luonnollisista tuotteista.

**Visio:** Vuonna 2020 luomutuote on kiinnostava ja haluttu. Luomu on osa suomalaista arkea. Pro Luomu on luomualan johtava vaikuttaja, viestijä ja yhteistyön rakentaja.

## STRATEGISET TAVOITTEET:

1. Luomutuotteet ovat innovatiivisia, laadukkaita ja trendikkäitä.
2. Luomulla on puhutteleva tarina.
3. Luomussa noudatetaan ympäristön sekä kotieläinten hyvinvoinnin kannalta parhaita käytäntöjä.
4. Luomun arvoketjussa kehitetään jatkuvasti tuottavuutta ja kannattavuutta.
5. Pro Luomun tunnettuus alan asiantuntijana eri sidosryhmien keskuudessa lisääntyy.

## TAVOITTEIDEN TOTEUTUMINEN

### ***Luomutuotteet ovat innovatiivisia, laadukkaita ja trendikkäitä.***

Tavoitteen taustalla on näkemys siitä, että luomumarkkinan kehittymiseen vaikuttaa erityisesti se, että luomutuotteet vastaavat useisiin kuluttajatreendeihin. Näin ollen tavoitetta voidaan epäsuorasti mitata markkinan kehittämisellä.

Vuonna 2020 luomutuotteiden myynti kasvoi 9,7 % edellisvuoteen verrattuna. Kasvu oli edelleen nopeampaa kuin koko pt-myyntin kasvu (7,3 %), vaikka pt-myynti kasvoi koronapandemian takia ennätysvauhtia. Luomukasvun taustalla vaikuttivat luomua suosivien trendien vahvistuminen edelleen, mutta myös erityisesti poikkeusaikaan ja kotoiluun liittyvät trendit, kuten leipominen. Poikkeuksellisenä vuonna eniten myyntiään kasvattaneita luomutuoteryhmiä olivat jauhot sekä makeuttaminen ja maustaminen. Myös vihannesten sekä kahvin ja teen luomumyynti kasvoi hyvin.

### ***Luomulla on puhutteleva tarina.***

Vastuullisuuden vahvistuminen kulutustrendinä haastaa luomun tarinaa. Luomun kuluttajakunta on keskimääräistä vastuullisempaa, mutta luomu on selkeästi jäänyt vastuulista ruokaa koskevasta keskustelusta paitsioon. Ruuan kestävyyttä koskevaa keskustelua hallitsee puhe ilmastonmuutoksesta, kasvisruuasta sekä hävikin vähentämisestä. Tutkimustulosten ristiriitainen kuva luomun ilmastovaikutuksista saattaa hämmentää kuluttajaa. Ilmastokeskustelun rinnalle on kuitenkin nousemassa myös huoli luonnon monimuotoisuuden hupenemisesta. Tutkimusnäyttö luomun hyödyistä luonnon monimuotoisuudelle on vahva, ja tämän teeman esillä olo vahvistaa varmasti myös luomun tarinaa.

Luomun tarina toimi pohjana Luomu. Se on hyvä merkki. -tiedotuskampanjalle, joka alkoi vuonna 2020.

### ***Luomussa noudatetaan ympäristön sekä kotieläinten hyvinvoinnin kannalta parhaita käytäntöjä.***

Eläinten hyvinvointiin vaikuttavat hyvä kasvatusympäristö, hyvä ruokinta, hyvä käyttäytyminen ja hyvä terveys. Luomu tarjoaa kiistatta tuotantoeläimille olosuhteet, joissa niiden lajityypillinen

käyttäytyminen on mahdollista. Siten luomun parhaat käytännöt liittyvät erityisesti hyvään kasvatusympäristöön ja käyttäytymiseen. Lääkinnästä ja ruokinnasta tarvittaisiin lisää seurantatietoa, jotta hyvät käytännöt voitaisiin todentaa. Lisäksi tarvittaisiin muutoksia säädöksiin ja niiden tulkintoihin, kuten täydennysrehujen käyttöön. Ne ovat tavanomaisessa tuotannossa arkipäivää ja ennaltaehkäisevät monia sairauksia. Luomussa sallittu valikoima on hyvin rajoitettu ja erityisesti luomumaidontuottajat ja myös eläinlääkärit pitävät tätä hyvin hankalana asiana.

Luomun ympäristövaikutusten osalta tutkimustulokset ovat ristiriitaisia. Luomumenetelmät ovat sinänsä ympäristölle suotuisia, mutta osa luomumenetelmien hyvistä ympäristövaikutuksista menetetään, kun ne suhteutetaan luomun satoihin. Ympäristön osalta luomun vahvuuksia ovat maan kasvukunnosta huolehtiminen, luonnon monimuotoisuuden ylläpitäminen sekä kemikalisoitumisen vähentäminen. Nykyiset tutkimusmenetelmät, kuten LCA, eivät ota huomioon luomun vahvuuksia; luonnon monimuotoisuutta ja hiilen sidontaa. Maan kyky sitoa hiiltä on nyt tutkimuksen kohteena. Luomun nurmea sisältävä viljelykierto ja orgaanisten lannoitteiden käyttö sitovat maahan eloperäistä ainetta, joten niillä saattaa olla merkitystä myös ilmastonmuutoksen hillinnässä.

***Luomun arvoketjussa kehitetään jatkuvasti tuottavuutta ja kannattavuutta.***

Luomualkutuotannon kannattavuus on hyvä verrattuna vastaavan tavanomaisen tuotannon kannattavuuteen. Luomun tuottavuutta arvoketjussa heikentävät luomun pienet volyymit.

***Pro Luomun tunnettuus alan asiantuntijana eri sidosryhmien keskuudessa lisääntyy.***

Pro Luomun tunnettuutta ei mitattu vuonna 2020. Pro Luomu sai paljon positiivista palautetta vuonna 2019 EU:lta ensimmäisenä Suomessa saamastaan menekinedistämisrahoituksesta, mikä on todennäköisesti lisännyt Pro Luomun arvostusta elintarvikealan ja hallinnon piirissä. Vuoden 2020 alussa tehty jäsenkysely osoitti, että Pro Luomun nykyinen toiminta on linjassa jäsenten toiveiden kanssa.

## TOIMENPITEET

Yhdistys toteutti vuoden 2020 aikana EU-osarahoitteista Hyvä merkki -hanketta sekä oli osatoteuttajana Maaseutuohjelman rahoittamassa Ruokasektorin koordinaatiohankkeessa sekä Luomu lentoon Kaakkois-Suomessa -hankkeessa.

Näiden lisäksi Pro Luomu uusi strategiansa vuosille 2021-2025, oli mukana Luomubuumihankkeessa sekä tuotti maa- ja metsätalousministeriölle videon Suomen luonnon päivästä.

### Arvoketjutyö ja muut ryhmät

***Arvoketjutyöryhmät (Ruokasektorin koordinaatiohanke)***

Arvoketjutyöryhmät ovat osa Ruokasektorin koordinaatiohanketta. Vuoden 2020 aikana luomulihan, -kasvien ja -maidon arvoketjutyöryhmät kokoontuivat yhteensä 10 kertaa. Maaliskuusta alkaen ryhmät kokoontuivat etänä Teams-ohjelman kautta.

***Muut työryhmät (Luomu Lentoon Kaakkois-Suomessa)***

Luomu lentoon Kaakkois-Suomessa hankkeen tiimoilta Pro Luomu veti Kaakkois-Suomen luomun toimintasuunnitelmaa rakentaneita kehittäjäryhmiä (Kymenlaakso ja Etelä-Karjala) sekä osallistunut hankkeessa perustetun luomusiementuotannon fokusryhmän työhön.

Näiden lisäksi Pro Luomu osallistui vilja-alan yhteistyöryhmän kokoaman luomuviljaryhmän sekä Ruokasektori-ryhmän työhön. Kaikkien ryhmien työ siirtyi verkkoon maaliskuusta alkaen. Kaakkois-Suomen kehittäjäryhmien työtä jatkettiin Delphi-tutkimuksena.

**Tapahtumat*****Luomufoorumi 25.-26.3 (Luomu lentoon Kaakkois-Suomessa -hanke ja Ruokasektorin koordinaatiohanke)***

Valtakunnallinen luomualan kehittäjien tapahtuma Luomufoorumi piti alun perin järjestää Kouvolassa, mutta koronapandemian tähden tapahtuma siirrettiin nopealla aikataululla verkkoon. Seminaaria valmisteltiin yhteistyössä Luonnonvarakeskuksen *Diverfarming* -hankkeen kanssa. Webinaarissa julkistettiin luomusiementuotannon fokusryhmän työn tulokset. Suunniteltua ohjelmaa jouduttiin poikkeustilanteen tähden supistamaan, mutta etänä toteutetussa webinaarissa oli vaikuttava osallistujamäärä, 382 läsnäolevaa osallistujaa, ja webinaarin tallennetta katsottiin 545 kertaa.

***Online-työpajat***

Vuonna 2020 Pro Luomu käynnisti luomualan kehittäjien online-työpajat. Online-työpajat on suunnattu hanketoteuttajille ja muille luomualan kehittäjille. Työpajoja järjestettiin neljä ja niiden teemat vaihtelivat. Teemoina olivat ammattikeittiöt, viestintä, luomumerkin menekinedistäminen sekä luomuohjelma ja uusi CAP. Työpajat olivat suosittuja ja niiden järjestämistä jatketaan myös vuonna 2021.

***Luonnon päivä luomutiloilla (Ruokasektorin koordinaatiohanke ja MMM ostopalvelu)***

Luonnon päivä luomutiloilla -tapahtuma on osa valtakunnallisesti järjestettävää Suomen Luonnon päivää, jota vietetään vuosittain elokuun viimeisenä lauantaina. Luonnon päivä luomutiloilla -tapahtuma päädyttiin koronapandemian vuoksi toteuttamaan vuonna 2020 virtuaalisesti julkaisemalla maa- ja metsätalousministeriön Pro Luomulta tilaama ja rahoittama videotervehdys luomutiloilta. Virtuaalitoteutuksesta viestittiin tehdyn suunnitelman mukaisesti sosiaalisessa mediassa ja Luomu.fi-sivustolla. Osa luomutiloista tarjosi suoramyynä, ja näiden tilojen tiedot julkaistiin Luomu.fi-sivustolla. Tapahtuma järjestettiin seitsemättä kertaa ja se toteutettiin yhteistyössä MMM:n, MTK:n, SLC:n, Luomuliiton ja Biodynaamisen yhdistyksen kanssa.

***Luomu lentoon Kaakkois-Suomessa -hankkeen loppuseminaari (Luomu Lentoon Kaakkois-Suomessa -hanke)***

Hankkeen loppuseminaari järjestettiin 16.9.2020 aamupäivän webinaarina. Seminaarissa julkistettiin Kaakkois-Suomen luomun toimintasuunnitelma. Avauspuheenvuoron piti valtiosihteeri Kimmo Tiilikainen, ja seminaarissa kuultiin innostavia puheenvuoroja ja esimerkkejä alueelta. Webinaarissa oli läsnä 53 osallistujaa, ja tallennetta katsottiin 175 kertaa.

## Kampanjat

### **Hyvä merkki -kampanja**

Vuoden 2020 alusta alkoi Pro Luomun EU-osarahoitteinen luomun menekinedistämishanke. Hanke on budjetiltaan Pro Luomun historian suurin ja se vei vuonna 2020 suurimman osan Pro Luomun työresursseista. Hankkeessa toteutettava Hyvä merkki -kampanja on Suomen mittakaavassa merkittävän suuri luomukampanjana ja sen suunnittelu ja valmistelu aloitettiin jo tammikuusta 2020 lähtien, vaikka kampanja käynnistyi vasta lokakuussa. Kampanjan tavoitteena on lisätä luomutuotteiden ostamista sekä vahvistaa EU:n luomumerkin tunnettuutta ja sen sisällön ymmärrystä.

Hyvä merkki -kampanjan kokonaiskustannukset ovat noin 1,38 miljoonaa euroa, mistä 70 prosenttia tulee EU:n maataloustuotteiden menekinedistämisvaroista ja 30 prosenttia on Pro Luomun omaa rahoitusosuutta. Kampanjaa toteuttaa helsinkiläinen mainostoimisto Ryhmä Creative Agency, ja kampanjaan osallistuu myös Pro Luomun 18 jäsenyhteisöä: SOK, Kesko, Valio, Atria, Midsona, Arla, MTK+SLC, Dava, Meira, Apetit, Helsingin Mylly, Ikaalisten Luomu + Mty Lasse ja Jetta Kulmala, Nokian Panimo, Tamminen, Luomuliitto ja Tuoreverkko

Kampanjaa varten tuotettiin neljä videoita eli neljä erilaista tarinaa, joista leikattiin erilaisia versioita televisioon ja sosiaalisen median käyttöön. Kampanja käynnistyi lokakuussa laajasti suomalaisissa televisiokanavoissa (MTV, Sub, Ava, Nelonen total, Discovery Finland), suoratoistopalveluissa (Ruutu, MTV) sekä sosiaalisessa mediassa (Facebook, Instagram, YouTube).

Kampanjan ensimmäisellä mainoslähdöllä tavoitettiin 1,2 miljoonaa suomalaista televisiossa, 1,2 miljoonaa sosiaalisessa mediassa ja saatiin 4,5 miljoonaa näyttökertaa YouTubessa ja suoratoistopalveluissa. Lisäksi kampanjassa oli loka-joulukuussa vaikuttajayhteistyötä, PR- ja tiedotustoimia sekä sisällöntuotantoa Luomumerkki.fi-sivustolle. Kampanjan Luomumerkki.fi-sivustolla kävi lanseerauksen jälkeen noin 20 000 yksittäistä kävijää. Koronapandemian vuoksi kampanjaan suunniteltuja maistatuskiertueita ei voitu toteuttaa, vaan ne siirrettiin vuoden 2021 syksyyn.

Kampanjan mainonnasta tehtiin Kantar TNS:n kuluttajakysely, jonka mukaan 1,15 miljoonaa suomalaista muisti nähneensä mainontaa jossain kanavassa. Kyselyn perusteella mainonta erottui muusta mainonnasta, siitä pidettiin ja se oli viihdyttävää. Mainonnan koettiin myös sopivan luomulle. Vastausten perusteella mainonta ei kuitenkaan herättänyt halua reagoida sosiaalisessa mediassa tai vierailla luomumerkki.fi-sivustolla. Ensimmäisen mainoslähdön tarkoitus olikin tehdä ensisijaisesti luomumerkkiä tunnetuksi. Kuluttajakyselyn perusteella EU:n luomumerkin tunnettuus nousikin 15 % verrattuna lähtötilanteeseen. Kampanjan kokonaistavoiteena on myös lisätä luomun myyntiä, tavoitteen toteutumista seurataan seuraavien vuosien aikana.

Myös kampanjaan osallistuvilta jäsenyrityksiltä kysyttiin mielipidettä kampanjan lanseerauksen jälkeen. Sen perusteella kampanjan vastasi kumppanien odotuksia ja tuki organisaatioiden omaa luomuviestintää melko hyvin. Se ei kuitenkaan onnistunut merkittävästi lisäämään yritysten omaa luomuun liittyvää markkinointia.



## Tutkimukset ja selvitykset

### ***Luomumarkkinan kehitys***

Pro Luomu on aiempina vuosina kysynyt luomutuotteiden myyntitiedot kahdesti vuodessa kaupparyhmiltä ja tehnyt saamiensa tietojen perusteella omat arvionsa luomutuotteiden myynnistä. Näin toimittiin myös vuonna 2020, mutta kyselyn tulokset julkaistiin vain kerran helmikuussa (vuoden 2019 luomumyynnit).

Koska kilpailulainsäädäntö on muuttumassa, Pro Luomu työsti vuoden aikana yhdistykselle oman ohjeistuksen kilpailulainsäädännön mukaan toimimisesta. Uuden lainsäädännön mukaan tehdyn ohjeen mukaan markkinatietotojen julkaisu aiemmin toteutettujen kyselyiden tapaan ei ole enää mahdollinen. Tämän takia Pro Luomu keräsi syksyllä tiedot kaupparyhmiltä, mutta ei julkaissut niitä. Jatkossa Pro Luomu pyrkii yhdistämään kyselyn tuloksia Nielsenin HomeScan ostotietoihin, jotta markkinan seuranta olisi uuden ohjeistuksen mukainen. Tietojen yhdistäminen on kuitenkin hankalaa.

Nielseniltä ostettiin vuonna 2020 Hyvä merkki -kampanjan lähtömittaus kuvaamaan luomuostojen arvoa 52 viikkoa taaksepäin päättyen 4.10.2020.

Pro Luomu on myös esittänyt, että luomumyynnin kehitystä seurattaisiin osana PTY:n ja Tilastokeskuksen myyntiseurantaa. Asiaa on ollut esillä PTY:n vähittäiskaupparyhmässä, mutta päätöstä asiaan ei ole vielä saatu.

### ***Luomun kuluttajakysely Hyvä merkki -hankkeeseen (Hyvä merkki -hanke)***

Hyvä merkki -kampanjan tulosten seuraamista varten toteutettiin kaksi kyselyä Kantar TNS:n kuluttajaneelissa: lähtötason mittaus ja loppuvuoden seurantamittaus. Kyselyissä selvitettiin kuluttajien luomuostojen useutta ja kiinnostusta luomuun sekä luomumerkin tunnettuutta. Lähtötasomittaus tehtiin lokakuussa ja seurantamittaus marraskuussa. Seurantamittauksessa selvitettiin lisäksi mainonnan vaikuttavuutta.

Lisäksi Pro Luomu osti Taloustutkimuksen Suomi syö tutkimuksesta luomuun liittyvät osiot. Tietojen avulla tarkennettiin ymmärrystä Kantarilla teetetyistä kyselyistä.

Hyvä merkki -hankkeessa testattiin myös mainosfilmit kuluttajille etukäteen huhtikuussa 2020. Testauksen myötä mainontaa tarkennettiin.

## Viestintä

Pro Luomun viestinnän aiheissa painottuivat vuonna 2020 Hyvä merkki -kampanjan viestit, luomumarkkinoiden ja -kulutuksen kehittyminen Suomessa ja kansainvälisesti, luomutuotannon kehittyminen, luomualaa koskettava poliittinen päätöksenteko sekä hankkeiden myötä EU:n luomumerkin tunnettuus ja luomun kehittäminen Kaakkois-Suomessa.

Pro Luomun viestintäryhmän korvasi vuonna 2020 Hyvä merkki -kampanjan markkinointiviestintäryhmä.

Hyvä merkki -hankkeeseen liittyvä mediaviestintä aloitettiin jo alkuvuonna, kuluttajille kampanja lanseerattiin lokakuun alussa. Kampanjan sivusto Luomumerkki.fi ja sosiaalisen median kanavat julkaistiin lokakuussa. Hankkeeseen liittyen tehtiin myös suoraa mediakontaktointia, jonka ansioista mm. kampanjan lanseerauksesta oli iso juttu Markkinointi ja mainonta -lehdessä.

Kampanjan pääviesti on ”*Luomu. Se on hyvä merkki.*” ja pääviestin tukena käytettiin 12 eri ydinviestiä, jotka liittyvät eläinten hyvinvointiin, ruoan puhtauteen ja jäämättömyyteen, monimuotoisuuteen, maan hyvinvointiin ja kestävyYTEEN sekä jäljitettävyyteen ja valvottuun tuotantoon.

Verkkosivujen ja mediaviestinnän lisäksi luomua tuotiin aktiivisesti esille sosiaalisessa mediassa (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn). Vuoden lopussa aloitettiin Proluomu.fi- ja Luomumerkki.fi-sivustojen Google-hakusanamainonta.

Sosiaalisessa mediassa vuoden aikana eniten näkyvyyttä saivat pölyttäjiin, torjunta-aineisiin ja lisääntymiseen liittyvät aiheet. Samoihin aiheisiin liittyivät myös parhaiten sitouttavat julkaisut.

Koronapandemian myötä nettisivujen kävijämäärät lähtivät keväällä yleisestikin nousuun. Myös Proluomu.fi-sivuston kävijämäärät kasvoivat edellisvuoteen verrattuna huhti- ja toukokuussa noin 1000 kävijällä kuukaudessa. Kesä-heinäkuussa sivustolla tehtiin luomumansikkatilojen listauksen ansiosta uusi ennätys: kesäkuussa sivustolla käytiin yli 10 000 kertaa ja heinäkuussa lähes 19 000 kertaa.

Vuonna 2020 Pro Luomu uudisti yhdessä yhteistyökumppanien kanssa luomu.fi sivun, joka on luomualan toimijoiden yhteistyösivu. Sivun tarkoituksena on kertoa luomusta ja ohjata kiinnostuneet luotettavan tiedon lähteille. Sivuston sisällöstä vastaa Savon koulutuskuntayhtymä, Luomuinstituutti, Luomuliitto, ProAgria ja Pro Luomu.

EU-hankkeeseen liittyen Pro Luomu teki ensimmäistä kertaa media-analyysin luomun medianäkyvyydestä. Vuodelta 2020 analysoitiin otannalla 120 journalistisen median artikkelia. Analyysin perusteella luomusta puhutaan mediassa hyvin neutraalisti pohjasävyssä ollessa positiivinen. Toimittajat käyttävät lähteenä yrityksiä ja tuottajia, kyselyitä ja tutkimuksia sekä järjestöjä ja viranomaisia. Artikkelit, joissa luomusta puhutaan, käsittelevät useimmiten paikallisia aiheita, yrittäjyyttä, ruokaa ja juomaa sekä maataloutta ja tuotantoa.

### **Viestinnän seurantalukuja**

#### **Vuonna 2020 Pro Luomu julkaisi / lähetti:**

20 suomenkielistä mediatiedotetta, 3 englanninkielistä mediatiedotetta ja 2 mediakutsua  
5 jäsenkirjettä, joilla vastaanottajia vuoden 2020 lopussa noin 170  
6 uutiskirjettä, joilla vastaanottajia vuoden 2020 lopussa noin 600

Twiitit saivat yhteensä 232 800 näyttökertaa.

#### **Seuraajat sosiaalisen median tileillä vuoden lopussa:**

8134 Facebook-seuraajaa @proluomu  
10 891 Facebook-seuraajaa @luomumerkki (1-9/2020 @luomu)  
3 767 Twitter-seuraajaa @proluomu

2361 Instagram-seuraajaa (1-9/2020 @proluomu, 10-12/2020 @luomumerkki)

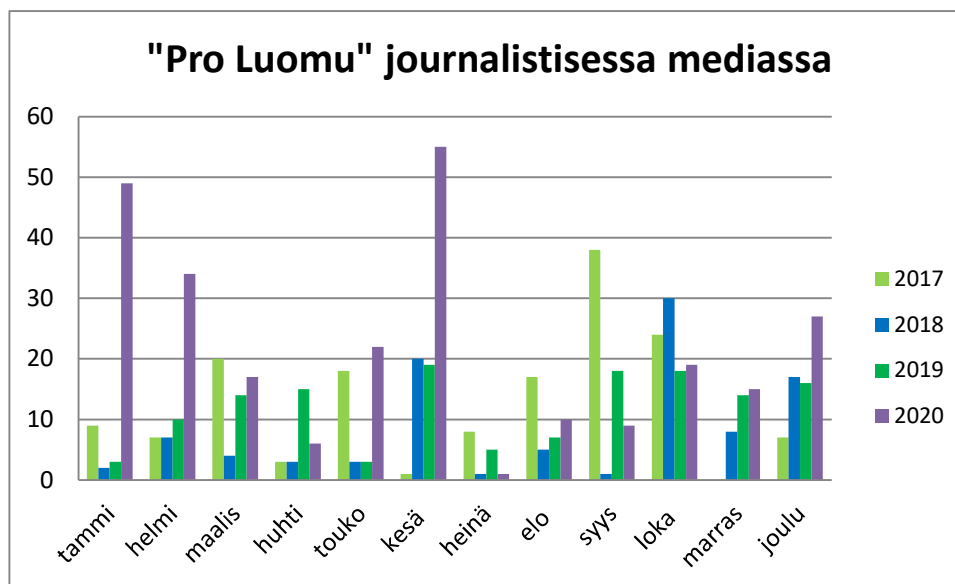
448 LinkedIn-seuraajaa @proluomu

## Mediaseuranta

### Journalistinen ja sosiaalinen media

Medianäkyvyyttä mitattiin vuonna 2020 uudella mediaseurantatyökalulla, minkä vuoksi luvut eivät ole täysin vertailukelpoisia edellisvuoteen. Pro Luomu järjestönä sai journalistisissa medioissa 264 osumaa. Eniten osumia tuottivat luomumaidon koulujakelutukeen, luomun kotimaan markkinalukuihin sekä luomumansikan ja luomukinkun sesonkiin liittyvät tiedotteet.

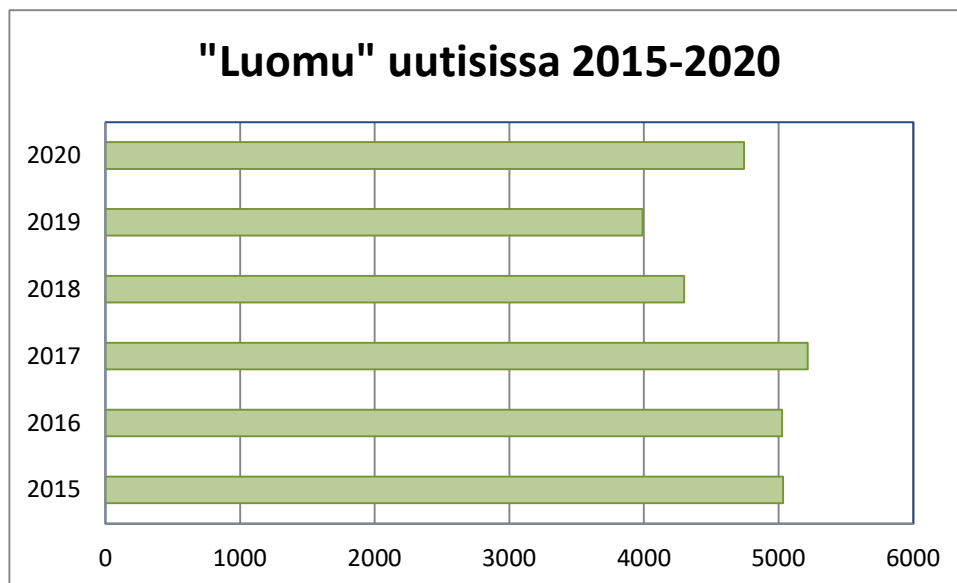
Sosiaalisessa mediassa Pro Luomu mainittiin vuoden 2020 aikana 387 osumaa.



Kuva 1. Hakusana "Pro Luomu" journalistisissa verkkomediaissa vuosina 2017-2020

Lähde: Ampparit Hakuvahti ja Liana Monitor

Hakusana "luomu" löytyi journalistisesta mediasta noin 4740 kertaa vuonna 2010.



*Kuva 2. Hakusana "Luomu" verkossa julkaistuissa uutisissa vuosina 2015-2020. Vuoden 2020 määrässä mukana myös näköislehtiä, joten luvut eivät ole täysin vertailukelpoisia.*

*Lähde: Ampparit Hakuvahti ja Liana Monitor*

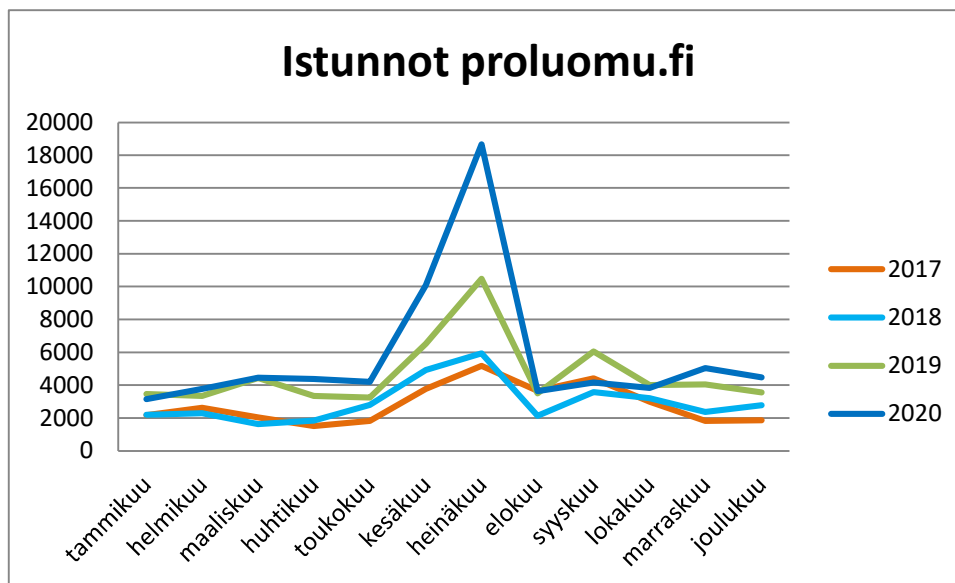
Sosiaalisen median seuranta aloitettiin toukokuussa 2020, joten koko vuoden tietoa ei ole saatavilla. 1.5.-31.12.2020 luomu mainittiin suomenkielisessä sosiaalisessa mediassa noin 35 000 kertaa.

### **Verkkosivujen kävijämäärät**

Proluomu.fi-sivustolla oli vuoden 2020 aikana yhteensä lähes 70 000 istuntoa, mikä oli noin 25 % enemmän kuin edellisvuonna (Lähde: Google Analytics). Yksittäisiä kävijöitä sivustolla oli vuoden aikana noin 54 000.

Istuntoja oli eniten (18 671) heinäkuussa, kun sivustolla julkaistiin lista luomumansikan itsepoimintatiloista. Tuolloin sivustolla kävi jopa yli 1000 yksittäistä kävijää päivässä. Luomumansikkatilojen listaus on suosituin Proluomu.fi-sivusto sivu. Seuraavaksi suosituimpia ovat etusivu, Mitä on luomu -sivu sekä Luomumerkki-sivu.

Suurin osa kävijöistä, 66,8 % tuli proluomu.fi -sivustolle hakukoneiden kautta. Sosiaalisen median kautta sivustolle tulee 13,1 % ja suoraan 13,41 %.



Kuva 4. Istunnot proluomu.fi-sivustolla vuosina 2017-2020.

## Pro Luomu ry:n muu toiminta

### Jäsenhankinta

Pro Luomu ry:n jäsenmäärä vuoden lopussa oli yhteensä 78 varsinaista jäsentä ja neljä kannattajajäsentä. Vuoden aikana uusiksi jäseniksi hakeutui 4 organisaatiota, ja erosi 3 organisaatiota. Jäsenhankinta oli koronan aiheuttamien poikkeusolojen tähden aiempaa hankalampaa, kun uusia organisaatioita ei voinut tavata fyysisesti.

### Vaikuttaminen

Pro Luomu järjesti jo viidennen kerran keskustelutilaisuuden luomun ajankohtaisista teemoista maa- ja metsätalousministeriön johdolle ja keskeisille sidosryhmille 25.8. Valion tiloissa Valimossa. Koronapandemian takia osallistujajoukkoa oli rajattu ja paikkana oli aiemman Porkkalan huvilan sijaan Valion pääkonttori, jossa turvavälien pitäminen oli helpompaa. Tilaisuudessa keskusteltiin muun muassa luomun potentiaalista kotimaassa ja vientimarkkinoilla.

Yhdistys on IFOAM EU:n jäsen ja oli vuoden 2020 aikana jäsenenä IFOAM EU:n *processors and trade (IGOP)* sekä *retail (IGOR)* -ryhmissä. Retail-ryhmässä Pro Luomun edustajana oli Merja Söderström PTY:stä. Vuoden 2020 lopussa Pro Luomu päätti lopettaa jäsenyytensä retail-ryhmässä ja panostaa jatkossa enemmän IGOP-ryhmän jäsenyyteen.

Pro Luomu osallistui maa- ja metsätalousministeriön järjestämään CAP-uudistukseen liittyvään etätilaisuuteen sekä Ruokaviraston luomuhjeita koskeviin työryhmiin. Lisäksi Pro Luomu osallistui aktiivisesti myös MMM:n luomualajaoston toimintaan.

Pro Luomu antoi lausunnot vuonna 2020 maa ja metsätalousministeriölle lausunnot rehulaista ja koulujakelutuesta sekä eduskunnan maa- ja metsätalousvaliokunnalle lausunnon EU:n Pelloilta pöytään- ja Biodiversiteetti -strategioista.

## HALLINTO

### **Hallitus**

Hallitus kokoontui vuonna 2020 kuusi kertaa ja piti yhden sähköpostikokouksen. Hallituksen kokoonpano oli seuraava:

#### **jäsen**

Ilkka Alarotu, puheenjohtaja  
Harri Hovi, varapuheenjohtaja  
Niklas Kumlin  
Johanna Andersson  
Susann Rännäri  
Samuli Laurikainen  
Pasi Tamminen  
Tuomas Salusjärvi

#### **varajäsen**

Janne Vuorinen  
Markku Janhunen  
Annika Öhberg  
Jouko Aalto  
Janne Rauhansuu  
Kimmo Jokinen  
Mirva Tollet

### **Yhdistyksen kokoukset**

Yhdistyksen sääntömääräinen kevätkokous pidettiin 11.6.2020 ja syyskokous 1.12.2020. Koronapandemian tähden Pro Luomun hallitus mahdollisti kokouksiin osallistumisen etänä ja kumpikin kokous järjestettiin Teams-palaverina.

### **Henkilöstö**

Yhdistyksen palveluksessa olivat koko vuoden toiminnanjohtaja Marja-Riitta Kottila, asiantuntija Aura Lamminparras ja tiedottaja Minna Ala-Kyyny. Pro Luomulle tekivät osa-aikaisesti töitä myös Minna Nurro ja Sanna Artimo.

Syksyllä Pro Luomussa järjestettiin toiminnanjohtajan rekrytointi, kun Marja-Riitta Kottila ilmoitti jäävänsä eläkkeelle keväällä 2021. Pro Luomun hallitus valitsi uudeksi toiminnanjohtajaksi Aura Lamminpartaan, joka aloitti työssään tammikuussa 2021. Vuoden lopussa Pro Luomu valitsi uuden asiantuntijan, Heidi Haavisto-Meierin, joka aloitti työt maaliskuussa 2021.

## TALOUS

Yhdistyksen toiminta rahoitettiin jäsenmaksuilla, jäsenten tuilla Hyvä merkki –kampanjan luomuviestintään, hankerahoituksella sekä yhdistyksen arvonnäköverollisella palvelutoiminnalla (liiketoiminta). Yhdistyksen kokonaistuotot kasvoivat edellisestä vuodesta 123 %, johtuen historiallisen suuresta Hyvä merkki -hankkeesta. Tuotoista 23 % kertyi jäsenmaksuista, 20 % jäsenien tuesta luomuviestintään, 56 % avustuksista ja 2 % palvelutoiminnan tuotoista.

Yhdistyksen liikevaihto (palvelutoiminta ja jäsenmaksut) oli 207425 euroa, noin 21 % edellisvuotta vähemmän, joka johtui pääosin Luomuelintarvikepäivän perumisesta koronapandemian tähden. Oman palvelutoiminnan tuotto oli vain 14925 euroa.

Vaikka jäsenmäärässä ei vuonna 2020 tapahtunut suuria muutoksia, jäsenmaksujen tuotto kasvoi edellisvuodesta noin 9 %, tavoite jäsenmaksujen kasvulle oli 10 %.

Saadut avustukset olivat 473316 euroa ja kasvoivat edellisestä vuodesta yli 300 %.

Tilinpäätös osoitti 131573,25 euron ylijäämää. Ylijäämä syntyi jäsenmaksuista, joita tietoisesti säästettiin, jotta voitiin taata likviditeetti Hyvä merkki -kampanjan toteutukseen.

Yhdistyksen kiinteät kulut on pyritty pitämään pieninä esimerkiksi hyödyntämällä työntekijöiden kotitoimistoja. Yhdistyksen kirjanpidon ja talouspalvelut hoitaa Talouspalvelu Uniikki Oy.